

SPACE AGE: CORRELAÇÃO DA VISÃO DE FUTURO DA DÉCADA DE 1960 COM À MODA DO SÉCULO XXI

Space Age: Correlation of the Future Vision of the 1960s With the Fashion of the 21ST Century

Kamilla do Espirito Santo Carneiro <kamilla_237@hotmail.com>,
Eduardo Henrique Silva <eduhlp@hotmail.com>,
Tascyla Mara Corrêa <tascylamc@hotmail.com>,
Rodrigo Bessa <bessarodrigo@hotmail.com>,
Sem cadastro <lilimteixeira@gmail.com>

Resumo: A corrida espacial e o desenvolvimento tecnológico da década de 1960 ocasionou em parte da população uma projeção de futuro de como estaria o mundo no terceiro milênio. Na moda a *Space Age* influenciou estilistas na criação de peças com conceitos de uma mulher intergaláctica, e com isso, correlaciona-se o desenvolvimento da moda na década de 1960 com as conjunturas da moda do século XXI.

Palavras-chave: Década de 1960; *Space Age*; Tecnologia.

Abstract: The space race and the technological development of the 1960s, caused in part of the population a future projection of how the world would be in the third millennium. In fashion *Space Age* influenced stylists in the creation of pieces with concepts of an intergalactic woman, and with that, the development of fashion in the 1960s is correlated with the fashion conjunctures of the 21st century.

Keywords: 1960s; *Space Age*; Technology.

Introdução

Ao findar da Segunda Guerra Mundial, com países destruídos e potências consolidadas no poder, divididas entre o capitalismo liderado pelos Estados Unidos e o socialismo da União Soviética, o mundo emerge em um novo confronto que ficou conhecido como Guerra Fria.

A tecnologia científica avançou em proporções grandiosas principalmente na década de 1960. O intuito dos feitos da tecnologia eram de cunho de demonstração de poder e austeridade entre as super potências. A exploração do universo se tornou foco do desenvolvimento da astronomia, e virou alvo de pesquisas científicas e especulações populares. A busca por vida extraterrestre, unidas as possibilidades

do homem sobreviver fora do planeta Terra e do desenvolvimento do turismo espacial, objetivaram um mundo futurístico, dominado pela alta tecnologia.

Esse momento histórico, que envolveu as pesquisas e criações sobre a ótica espacial e de visão de futuro passou a ser conhecida como *Space Age*. Influenciados pelo momento em questão, estilistas e designers com estéticas inovadoras, passaram a criar peças, nas quais possuíam características de como estaria o mundo no terceiro milênio. As pessoas que almejavam mudanças de cunho de inclusão e novos propósitos de vida, também teve sua importância nas criações da época.

2 CONTEXTO HISTÓRICO E SOCIAL DA DÉCADA DE 1960

A década de 1960 concebeu a realização de projetos culturais e ideológicos alternativos lançados nos anos 1950. Época essa que foi marcada por uma crise no moralismo rígido da sociedade, pós Segunda Guerra Mundial (1939-1945), expressão do Sonho Americano que não conseguia empolgar a juventude americana e a explosão de consumo da classe média e da indústria, muito atrelado ao crescimento de jovens, considerado uma revolução cultural da década.

O panorama mundial testemunhava um período de grande tensão com bombas atômicas, alta tecnologia e alinhamentos políticos. Em ambos os lados, armamentos com tecnologia nuclear que poderiam causar sérios danos a humanidade. Ao final das contas, nenhum lançamento foi diretamente disparado entre os dois lados do “conflito”, o que justifica o nome Guerra Fria.

Com a movimentação em prol da igualdade de oportunidades, surgiram outras formas de manifestação política e sociais. Essas mudanças eram propostas por jovens que rejeitavam os padrões estáveis de classe média, adotados por seus pais no pós-guerra. Muitos deles engajaram-se na atuação política e uma maioria adotou novos estilos de vestimenta e de comportamento sexual.

Diante disso o crescente custo da mão de obra trabalhista e da redução do número de clientes abastados, a transformação da moda aconteceu em grandes proporções. Era a decadência da Alta Costura o vestir se tornava vinculado ao comportamento, os jovens, buscavam sua própria moda, não mais derivada da

indumentária criada para os adultos. Conscientes desse novo mercado, os estilistas parisienses reconheceram a nova tendência da juventude e lançaram linhas de *prêt-à-porter*¹.

A nova classe tinha suas origens no capital financeiro e industrial que se multiplicou rapidamente devido aos projetos de reconstrução dos países que sofreram danos da Segunda Guerra Mundial. Diante a situação econômica favorável, as residências evoluíram na tecnologia, e começaram a possuir eletrodomésticos e eletroeletrônicos com abundância, foi também nesta década que a invenção do televisor a cores.

2.1 A *Space Age*

No documentário produzido pela BBC -*Era Espacial – A história da NASA*², reflete as questões de que a corrida espacial foi uma forma de provar quem era o mais desenvolvido tecnologicamente, uma vez que não se tinha nenhum protocolo de pesquisas espaciais definidas. Eram missões a início exibicionistas, sem cunho de pesquisa fundamentado.

Nos Estados Unidos a população parou para assistir os lançamentos de foguetes espaciais pela televisão, e até mesmo inúmeras pessoas viajaram para as proximidades dos campos de lançamento de foguetes. Criava-se grandes expectativas, fazia-se grandes planos, como o do Presidente John F. Kennedy³, que em 1961 prometeu a população estadunidense que até o final da década de 1960, um americano iria pisar na lua. Com toda a busca que se fazia pelo novo, e a comoção popular pela astronomia, tanto a URSS, quanto os EUA, começavam a vender a *Space Age*⁴. Promoviam um futuro de viagens espaciais e altas tecnologias, a qual ditava como a população estaria vivendo nos anos 2000. O conceito de *Space Age* é abordado por Disitzer e Vieira:

¹ Tradução livre para pronto para vestir, refere-se ao sistema da moda, de peças produzidas para consumo rápido (Palomino, 2003)

² *Space Age – A História da NASA*. John Dunton Dower, BBC. Inglaterra (UK): Logon, 2009. 200 min, 2 DVD.

³ John Fitzgerald Kennedy (1917-1963) tendo sido presidente dos EUA no período de 1961 a 1963 – Disponível em <https://www.ebiografia.com/john_kennedy/> Acesso em 02 de abril de 2017.

⁴ Tradução livre para *Era Espacial*, nome dado ao período das corridas espaciais (STELLE; FORG, 2013)

Surge um luxo que não é mais inter-humano, mas "extraterrestre", em busca de viagem sideral e de sensações desconhecidas. O princípio do desafio permanece, com a diferença de que já não é lançado aos outros homens, mas à gravidade, ao espaço, à percepção, à nossa morada terrena. Não mais deslumbrar o Outro, mas ser deslumbrado pelo desterramento do planeta Terra, pelo esplendor do cosmo e o "silêncio eterno dos espaços infinitos (DISITZER; VIEIRA, 2006, p.19).

Diante do furor que causado em parte da população, e as expectativas que giravam em torno da conquista espacial, começava ali uma espécie de previsão de até em que ponto a tecnologia teria chegado e influenciado os anos 2000. Cientistas ligados a tecnologia esperavam uma evolução para um mundo dominado pela tecnologia, no qual haveriam carros voadores, robos para realizar diversas tarefas do cotidiano, pessoas conectadas a aparelhos eletrônicos a todo momento. Imaginavam que o turismo espacial faria parte do dia-a-dia da população terráquia, e que a população estaria vestida com peças tecnológicas. Pode-se notar a visão dos russos sobre o futuro nas figuras 01 e 02, na qual eles fizeram previsões muito compatíveis as realizadas pelos americanos.

Figura 01: Visão dos Russos de como seria a preparação de um café da manhã em um cozinha tecnológica.

Figura 02: Estação climática russa, com poder de comandar o clima.



Fonte: Disponível em <<http://gizmodo.uol.com.br/russos-imaginavam-futuro/>> Acesso em 10 de abril de 2017.

2.2 Os novos processos de produção de moda da década de 1960

Considerado um importante grupo consumidor, a geração sessentista dos jovens, conhecidos como "*baby boom*⁵", exigiram do mercado de moda uma forma inovadora de se produzir roupas, e ganhar assim mais importância como consumidores de moda.

Para atender esse novo público consumista, que trazia a forma de se vestir intrínseca ao comportamento, as empresas, criaram produtos específicos para essa juventude. Conforme Boucher (2010) afirma que pela primeira vez, "os jovens", como se começa a chamá-los, são considerados uma categoria à parte, com ocupações, gostos e modos de vestir específicos e exigem roupas criadas para eles, e que combinem com seu estilo de vida. Assim, tiveram, pela primeira vez, a moda acessível também as pessoas comuns, podendo-se encontrar em lojas as tendências da época, a sinalizar a transformação no mercado da moda. Ao afirmar que os trajes antigos são substituídos por roupas em uso no resto do mundo, fabricadas seguindo modelos padronizados, muito menos caras.

[...]Assim, a moda deixa de aparecer como o domínio inacessível dos privilegiados [...] pela primeira vez modelos especialmente concebidos para a fabricação industrial, que ganha o nome de *prêt-à-porter*, caleado no termo americano *ready to wear*⁶, isto é, "pronto para vestir [...]" (BOUCHER, 2010, p. 414).

Conscientes desse novo mercado de produção em série, os estilistas, como passaram a ser chamados os costureiros de moda, a partir da década de 1960, reconheceram à nova tendência jovem e lançaram linhas de *prêt-à-porter*, com peças mais acessíveis, sem perder sua qualidade e estilo, surgem nomes como Pierre Cardin, Yves Saint Laurent, e o visionário André Courrèges, conhecido por antecipar tendências, que alinhavam conforto e praticidade a suas coleções. Esses nomes fizeram a reprodução do poder pela aparência, assim como liberaram os costureiros para, no âmbito da criação, darem os seus transportes de pura estética conceitual, criando assim um novo *status* para a Alta-Costura. Boucher (2012, p.

⁵Tradução livre para explosão de bebês, se refere as crianças nascidas após a segunda guerra mundial, tendo elevado o número populacional expressivamente (Boucher, 2010)

⁶Sinônimo de *prêt-à-porter*, sendo o termo em inglês, com tradução livre para pronto para vestir (Boucher, 2012)

415) afirma que, "Courrèges, instaura o sistema de três coleções paralelas, *Prototype*, para alta-costura, *Hyperbole*, como prêt-à-porter top de linha e *Culture Future*, cujos modelos são vendidos por um preço acessível a uma imensa clientela."

3 O ESTILISTA ANDRÉ COURRÈGES NA DÉCADA DE 1960

Francês, Engenheiro Civil, André Courrèges iniciou seu trabalho com a moda na Alta Costura. Stevenson (2012), afirma que Courrèges aprendeu a cortar com precisão de mestre, enquanto outros costureiros dependiam de seus ateliês. Devido sua formação acadêmica na engenharia civil, e sua paixão à arquitetura, foi influenciado e inspirado por Le Corbusier⁷, um dos mais importantes arquitetos do século XX, o que justifica seu estilo puro e minimalista presente nas linhas retas e nas formas geométricas de suas criações que apresentava uma roupa arquitetônica. Utopista, modernizou até os trajes mais tradicionais da Alta Costura, mudou a concepção do preto básico para o branco, que refletia melhor a estética espacial (Stevenson, 2012).

Courrèges em suas primeiras coleções, seguiu a modelagem clássica da Alta Costura, porém com mais simplicidade, que antecipou a tendência da praticidade e o conforto da era da moda do futuro. Em busca de inovação, lançou, no inverno de 1963 as pantalonas, causou polêmica ao apresentar as calças que podiam ser usadas em todas as ocasiões pelas mulheres. O estilista também diminuiu o comprimento das saias a ponto de se tornarem mini.

Introduz vestidos cortados dez centímetros acima dos joelhos, as botas brancas e os óculos em lentes redondas. Em 1964, apresentou roupas de plástico em sua coleção futurista "*Moon Girl*", exibiu uma visão andrógena da mulher, com roupas espaciais em tecidos e materiais sintéticos, em cores prata e fluorescentes, e excesso da junção preto e branco em formas geométricas, era a ideia de tecnologia e futuro.

Figura 03: Look de editorial da coleção *Space Age* (1964) de André Courrèges.

⁷ Suíço, formado em Artes e ofícios, considerado o maior expoente da arquitetura moderna. Famoso pela perpetuação da ideologia funcionalista. Disponível em: < <https://educacao.uol.com.br/biografias/le-corbusier.htm> > Acesso em: 03/05/2017.



Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/185984659582510878/>> Acesso em 04 de maio de 2017.

Algumas peças de Courrèges foram copiadas por outras marcas, e por esse motivo ele resolveu fabricar e distribuir suas próprias criações de forma mais abrangente. A sua linha de roupas conhecida como *Couture Future*, era fabricada para comercialização em massa, que poderiam ter o custo reduzido e abarcar maior número de clientes, que desta forma, conseguiria massificar uma tendência (Boucher, 2012).

3.1 A relação moda e *Space Age*

A era *Space Age* foi uma premissa da tecnologia astronômica, muito difundida na sociedade como visão de modo de vida no futuro. A estética e o conceito do período, foram fortemente vendidos principalmente aos cidadãos americanos e na sociedade soviética. De forma midiática toda a cena espacial foi exposta, e tornou-se objeto de desejo. Lipovetsky (1989) explica a relação de participação do contexto social, a partir do fato de que a sociedade exposta a tal situação, tem o intuito de ser parte deste, de viver o conjunto apresentado, que neste caso seria o futuro e as viagens espaciais.

Na moda, que começava a apresentar características revolucionárias, com a incerteza do futuro, e a juventude que expressava seus desejos, abriu espaço aos

estilistas que propunham um conceito futurístico, com o frescor e a novidade que despertava atenção da mais nova classe consumidora (Feghali e Dwyer, 2004). Os estilistas que ingressaram nas tendências da *Space Age*, propuseram peças com acabamentos brilhantes, uso exorbitante de branco (Figura 03) e prata para remeter a visões de futuro e os uniformes dos astronautas. Alguns deles, como Paco Rabanne (Figura 04) inovaram ao usar matérias inéditos na moda e contraditórios como metais, papel e plástico.

O sistema da moda propunha a democratização do vestuário com o *prêt-à-porter*, à prioridade era apresentar-se mais jovem, e não a mais elegante. Lipovetsky (1989, p.112) cita que “de fato a Alta Costura deixou de dar o tom a matéria de moda, o *prêt-à-porter* e a rua erigiram-se em centros autônomos de moda”. Dessa forma, fica claro as mudanças que sucumbiram o novo modo de produção e disseminação da moda. O conforto e a praticidade, que são cânones das artes funcionais, são transpostos em modelagens amplas, tecidos pensados e desenvolvidos tecnologicamente para um bem além do “belo visivelmente”.

[...] Significa uma nova relação com os ideais, um novo investimento nos valores democráticos e, no mesmo passo, aceleração das transformações históricas, maior abertura coletiva à prova do futuro, ainda que nas delícias do presente. Dissolução dos grandes referentes proféticos, fim das formas tradicionais da socialização, colocação em circulação permanente das coisas e do sentido, o terminal da moda faz regredir as resistências sociais à mudança, impulsiona uma humanidade mais deliberadamente histórica e mais severa de exigência democrática (LIPOVETSKY, 1989, p. 156).

A partir da consolidação deste pensamento de Lipovetsky (1989), fica claro a forte alteração não só do contexto da moda, mas dos âmbitos sociais e políticos da década de 1960. A busca incessante pelo novo, por novas experiências; a supremacia de uma nova faixa etária com voz ativa e pensamentos que angariavam semelhantes, para formar grupos com causas e discursos homogêneos. A *Space Age* com seu titular ideal de uma vida no espaço foi vivida e proclama apenas em terra. Esse conceito foi concebido por mudanças que visaram muito mais a vida e as percepções dentro do contexto social e de novos produtos, com grandes inovações tecnológicas.

4 A MODA CONTEMPORÂNEA

O caráter efêmero da moda na contemporaneidade culmina em um sistema ligado a velocidade e modificações do tempo, a necessidade de se adaptar ao contexto de liberdade, novas tecnologias e artigos que facilitassem a vida diária.

A partir dos anos 50 do século XX, começa a desenhar-se a sociedade de consumo tal como hoje a conhecemos, a prosperidade americana da época desempenhou um papel primordial alicerçado na crescente supremacia da classe média. É nesta década que surge o verdadeiro produto da cultura de massas – a televisão – e com ela o desenvolvimento da publicidade (ROSA, 2010, p. 30).

Com a ascensão tecnológica e o desenvolvimento do setor têxtil, seguido á anseios por novidades decorridos do rápido descarte pelos consumidores, e a evolução dos pensamentos e atitudes da sociedade, as mulheres passam a ocupar cargos de destaque no mercado de trabalho, expressando seu estilo de vida através da indumentária. Trajes masculinos e femininos combinados, gerando assim uma disputa entre homens e mulheres no mercado de trabalho.

O mercado da moda começou a ditar tendências em um espaço reduzido de tempo, fenômeno este alicerçado na necessidade de mudanças constantes da sociedade contemporânea, a divulgação de imagens e tendências democratizou a publicidade e a facilidade de compra, na qual ocasiona o crescimento do mercado da cópia.

O *fast fashion*⁸ representa umas das maiores inserções da moda contemporânea, que disponibiliza roupas que seguem a tendência das passarelas, a preços acessíveis e que são trocadas completamente a cada três meses, sendo que quase que diariamente é oferecido um novo modelo ao consumidor. Juntamente das mídias sociais⁹ e das novas tecnologias de comunicação transferindo um enorme poder para o consumidor, deixando de ser um receptor inativo para um colaborador ativo em tempo real, que divulga e amplifica o marketing das empresas.

4.1 A correlação das criações do estilista André Courrèges da década de 1960

⁸ Sistema da moda de consumo rápido, lançamento de produtos, e preços baixos (Cietta, 2012).

⁹“Mídias sociais” são sistemas projetados para possibilitar a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Disponível em <
https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADdias_sociais >Acesso em 28/05/2017.

com a contemporaneidade

André Courrèges se destacou, o corpo humano e o sistema de vida social, passara a ser levado como medida primordial na confecção das peças. Na atualidade, as mulheres estão ainda mais engajadas na sociedade, e são cada vez mais voz ativa, e desempenham funções de grande prestígio. Esse fato continua inspirador na moda, conforme as grifes¹⁰ desfilaram recentemente coleções com apelos feministas e sociais, prova de que os protestos ganharam ainda mais notoriedade nos dias atuais, mesmo que esteja longe de ver os ideais realizados na sociedade.

Ao contrário dos anos de 1960, que a moda foi concebida com mínimas referências do passado pelos estilistas pioneiros, na contemporaneidade, a moda revisita as influências e tendências de décadas passadas desde o início dos anos 2000. Simpósios¹¹ e sites¹² especializados de moda por exemplo, ditaram a volta das tendências dos anos de 1960 no verão e inverno do ano de 2015/2016. Em 2017 a *Space Age* foi tema da coleção *prêt-à-porter* inverno 2017/18 da Chanel, que criou uma atmosfera que simulava a decolagem de um foguete espacial. A coleção em questão usou de muitos elementos semelhantes aos usados por Courrèges, como a modelagem em linha “A”, as combinações cromáticas de branco e prata, tecidos estruturados e com texturizações, porém com a disparidade de apresentar peças muito próximas as usadas no cotidiano atual.

Figura 08: Desfile Iris van Herpen – primavera verão 2011, construção em 3D.

Figura 09: Desfile Alexander McQueen. Robôs pintando vestido em 1999.

¹⁰Chanel desfilando no Paris *Fashion Week* sua coleção “*Ladies first*” para *Spring-Summer 2015 – prêt-à-porter*. Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=emkZ5rVlv7Q>> Acesso em 13 de abril de 2017. Dior desfilando no Paris *Fashion Weeks* sua coleção *Spring-Summer 2017 – prêt-à-porter*. Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=RDHoBi3pFko>> Acesso em 13 de abril de 2017.

¹¹ Fórum de inspiração. Disponível em: < <http://www.heloisatolipan.com.br/moda/inspiramais-inverno-2016-com-o-objetivo-de-integrar-os-agentes-da-moda-design-forum-de-inspiracoes-rodou-o-pais-e-mantem-o-olhar-no-que-ha-de-mais-contemporaneo/>> Acesso em 25 de maio de 2017.

¹² Disponível em <<http://www.fashionbubbles.com/destaque/anos-60-e-tendencia-veja-como-era-e-como-volta/>><<http://ffw.uol.com.br/noticias/moda/alerta-tendencia-cinco-propostas-da-semana-de-moda-de-nova-york-para-o-verao-2015/>> Acesso em 25 de maio de 2017.



Fonte Figura 08: <<https://i.materialise.com/blog/iris-van-herpens-new-3d-printed-escapism-couture-collection-for-mgx/>> Acesso em 30 de maio de 2017.

Fonte Figura 09: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI121728-17607,00-ALEXANDER+MCQUEEN+O+ESTILISTA+DOS+EXTREMOS.html>> Acesso em 30 de maio de 2017.

O uso de materiais diferenciados foi muito viabilizado por outros estilistas da década de 1960, como Paco Rabanne que apresentou coleções com peças em tramas metálicas, máscaras de papel reciclado e Pierre Cardin que imaginou os *Cardines* que viriam a ser vestidos com tecidos que não amarrotavam. Courrèges usou em suas coleções o plástico e tecidos desenvolvidos para os esportistas com o intuito de melhoramento de desempenho. Os tecido sintéticos chegam a supremacia e ganham cada vez mais estilistas adeptos na década “O emprego dos têxteis artificiais e sintéticos será uma necessidade no mundo de amanhã, quando a produção das fibras naturais não será suficiente para vestir a população mundial em aumento constante.” (Boucher, 2012, p. 422). As misturas sintéticas e naturais resultaram em fluidez e flexibilidade as novas tramas, e tinham como diferencial a recepção colorimétricas das cores em suas estruturas que davam o maior vivacidade as nuances que buscavam traduzir a ideia de futuro galáctico.

Atualmente a área têxtil é onde há a maior concentração de pesquisa na moda. Muitos dos resultados são direcionados aos materiais esportivos de melhoria de desempenho ainda são o ponto de partida para refinamento das técnicas para que se tornem possíveis o uso na moda casual. Tecidos biotecnológicos, tecidos impermeáveis, com capacidade de proteção UV, tecidos que repelem insetos, e combatem as celulites, roupas que aquecem ou esfriam de acordo com as necessidade fisiológicas, tecidos ultra resistentes, são parte de algumas das

melhorias produzidas em cima dos protótipos dos anos 1960 e invenções do terceiro milênio, porém essas são disponibilizados ao consumidor final ainda em lenta escala.

O sistema da moda que concebia o apogeu do *prêt-à-porter* e uma Alta Costura decadente, se manteve muito próximo a realidade dos primórdios dessa mudança. Courrèges ao criar três linhas de produção, onde a *Couture Future* era composta de peças de valor acessível a uma imensa clientela (Boucher, 2012), se assemelha muito a premissa do *fast fashion*, que é um dos maiores sistemas de produção de moda em massa, no qual as peças são produzidas por preços baixos e seguem tendências definidas pela *alta costura* e o *prêt-à-porter*, porém com peças novas nas lojas a cada semana, ou em um ritmo muito rápido que vai de contra ponto ao proposto pelos demais sistemas (CIETTA, 2012). Os grandes *magazines* que comercializam essa moda rápida, são responsáveis por fazer releituras – por vezes cópias – de modelos que se tornam alvo de desejo dos consumidores de classes sociais menos privilegiadas, e desta forma são a ponta da cadeia de moda, onde o produto tem seu declínio após a saturação no mercado.

Na década de 1960, foi quando as questões ambientais se entraram em voga¹³, porém os processos de fabricação de moda ainda não eram alvos da consciência ambiental. Já na atualidade a sustentabilidade vem crescendo e é discutida entre as indústrias da moda. Com o objetivo de novas propostas de consumo – *slow fashion*¹⁴, com reaproveitamento de matéria prima descartada, e novos sistemas de produções, fazendo gerir uma cadeia autossustentável, que vem a garantir espaço no meio de produção de moda.

As *Moon Girls*, garotas intergalácticas, como Courrèges as imaginou vivendo atualmente rodeadas de tecnologia, e viagens espaciais, muito se assemelham os *blogueiros*¹⁵ e *digital influencers*¹⁶, que são pessoas formadoras de opinião, que

¹³GARCIA, Fellipe. Disponível em < http://sustentabilidades.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=37> Acesso em 25 de maio de 2017

¹⁴Contrário ao *fast fashion*, o *slow fashion* propõe uma moda com produção consciente em quesitos sustentáveis. Carvalhal, 2016.

¹⁵ Termo do inglês, que designa pessoas que escrevem em blogs, que são veículos de comunicação digital. Disponível em < <https://www.significados.com.br/blogueiro/>> Acesso em 25 de maio de 2017.

¹⁶ Termo do inglês que em tradução livre significa “influenciador digital” que são pessoas que são formadoras de opinião na internet. Disponível em < <https://www.terra.com.br/noticias/dino/a-era-dos-digital-influencers->

possuem um grande número de público que estão sempre se informando das opiniões dos mesmos. Cada vez as marcas buscam parcerias com essas pessoas, pois elas estão conectadas a internet grande parte de seus dias, e conseguem fazer com o que estão usando ou promovendo se torne objeto de desejo de quem os assiste ou os leem.

A automação das empresas de fabricação de matérias primas e de vestuário, apresentou um crescimento significativo desde os primórdios do *prêt-à-porter*. A aquisição de maquinários nas indústrias de moda, culminou na diminuição dos preços das peças, e aumentou o número de peças fabricadas (Boucher, 2012). No contemporâneo, indústrias estão cada vez mais em busca de tecnologia para suas produções. O grande diferencial são as inúmeras máquinas responsáveis por dar novos acabamentos aos tecidos, novas texturas, estampas inovadoras e digitais.

A impressora 3D cria uma peça inteira a partir de, um projeto realizado em programa no computador, máquinas de laser e bordado substituem os trabalhos manuais, muito em voga ainda na década de 1960. A tecnologia está cada vez mais presente em todos os âmbitos da moda, desde a produção, a divulgação, até a comercialização de peças.

Fala-se muito de conforto, de uma moda prática, a tecnologia vem para ampliar um ambiente que transmita conforto e comodidade a quem irá usar. Enquanto grandes cadeias produtivas investem no *fast fashion*, manifestos do *slow fashion* ganha sentido e adeptos, que lutam por um mundo, no qual o futuro só será construído se começar as mudanças no presente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *Space Age* foi difundida pelas potências capitalistas e socialistas, que vendiam viagens espaciais, um futuro no espaço, androides e máquinas autossuficientes. O mundo futurista que eles propunham, de como a sociedade estaria vivendo nos anos 2000, tornou-se fantasiosa e irreal com a chegada do terceiro milênio. As viagens espaciais continuam apenas com caráter de pesquisa, e

o turismo espacial levou apenas seis pessoas não profissionais da astronomia¹⁷ ao espaço.

A moda refletiu as propostas através do grupo de estilistas que destacaram na década de 1960 com novas concepções. Os métodos de produção de peças de moda estão em um momento de questionamento. A Alta Costura desde a década de 1960 não conseguiu voltar a seu apogeu, mas se mantém como parte fundamental da mídia de moda. O *prêt-à-porter* é uma das linhas mais comuns e rentáveis das marcas, mas encontra-se em um momento de concorrência quase que desleal com o *fast fashion*, que se assemelha ao *Couture Future*, terceira linha da *maison* de Courrèges, destinada ao público jovem com preços mais acessíveis. Diante tudo isso, com vista na crescente necessidade de discutir sobre sustentabilidade, o *slow fashion* é uma das propostas emergentes que angaria adeptos na moda.

Todo o futurismo proposto pela moda, com roupas espaciais e muita tecnologia, se tornou realidade em partes. A tecnologia evolui muito na moda, e é uma realidade constante, que apresenta novos tecidos e novas formas. Os métodos de produção de moda, de fato evoluíram para uma fabricação em massa, o consumo rápido foi destaque, e fez com que a Alta Costura soasse como obsoleta.

O futuro que foi proposto em 1960, ainda parece estar longe de acontecer. A evolução não parou, mas não chegou ao ponto da exploração do universo ser uma frequente no cotidiano das pessoas. O mundo passa por um momento crítico, no qual é mais importante olhar para o presente e construir uma nova realidade, para que assim seja possível viver um futuro.

6 REFERÊNCIAS

BOUCHER, François. **História do Vestuário no Ocidente**. 1 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

BLACKMAN, Cally. **100 Anos de Moda**. 1 ed. São Paulo: Publifolha, 2011.

¹⁷ Apenas seis pessoas que não possuem formações na área de Astronomia, realizaram viagens espaciais. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/sociedade/ciencia/bilionario-dos-eua-se-torna-primeiro-turista-espacial-viajar-duas-vezes-ao-espaco-3134010> > Acesso em 30 de maio de 2017.

CIETTA, Enrico. **A revolução do fast-fashion**. Ed. São Paulo: Edição das Letras e Cores, 2012.

DISITZER, Marcia; VIEIRA, Silvia. **A moda como ela é**. 1 ed. Rio de Janeiro: Senac RJ, 2006.

FAGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. **As engrenagens da moda**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Senac RJ, 2010.

HOBBSAWM, Eric J. **A Era dos Extremos – O Breve Século XX 1914/1991**. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero – A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas**. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino**, 6 reimp. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2014. 304 p. II.

REED, Paula. **Os 50 ícones que inspiraram a moda de 1960**. 1 ed. São Paulo, 2013.

ROSA, Cristina de Azevedo. **Império do Luxo - A construção do sucesso**. Porto: Lidel – Edições Técnicas, 2010.

STEVERSON, Nj. **Cronologia da Moda – de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

Space Age – A História da NASA. John Dunton Dower, BBC. Inglaterra (UK): Logon, 2009. 200 min, 2 DVD.